

# REPRESENTASI DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA MELALUI *CULTURAL EXCHANGE* SEBAGAI SARANA KERJASAMA BUDAYA DI KOREA SELATAN

Putu Dea Ranudhara Ratnanggana<sup>1)</sup>, Sukma Sushanti<sup>2)</sup>, Putu Titah Kawitri Resen<sup>3)</sup>

<sup>123)</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: ratnanggana24@gmail.com<sup>1)</sup>, sukmasushanti@gmail.com<sup>2)</sup>, kawitriresen@unud.ac.id<sup>3)</sup>

## ABSTRACT

### ***Representation of Indonesian Public Diplomacy Through Cultural Exchange as a Means of Cultural Cooperation in South Korea***

*This research aims to describes how cultural exchange program as part of Indonesian public diplomacy to introduce Indonesian culture in South Korea by using qualitative method. Researcher uses two main concepts, which are bilateral cooperation and public diplomacy in order to answer the application of cultural exchange as part of public diplomacy instrument for Indonesian culture cooperation in South Korea. This research perceives that cultural exchange program can be used as cooperative relations between two countries through the public diplomacy which can be implented by the government and by the non-government actors.*

**Keywords:** *Cultural Exchange, Bilateral Cooperation, Public Diplomacy*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia dan Korea Selatan per 17 September 1973 meningkat pada ranah diplomatik dan mengalami perkembangan secara meluas di segala bidang. Pada 4 Desember 2006 dan bertempat di Jakarta, masing-masing presiden melakukan penandatanganan *Joint Declaration* yang menandai adanya pertumbuhan dalam hubungan bilateral antara Indonesia dengan Korea Selatan (*Overseas MOFA Korea*, 2020). Upaya pengoptimalan kerja sama yang terjadi antara kedua negara direpresentasikan melalui diplomasi publik yang prosesnya melibatkan aktor-aktor non-pemerintah, sehingga pelaksanaannya dapat berjalan dengan efektif terutama dalam membentuk citra positif sehingga mampu meningkatkan dan mencapai kepentingan nasional negaranya. Diplomasi Publik sebagai bentuk implementasi kerja sama antara Indonesia dengan Korea Selatan dilaksanakan melalui pendayagunaan instrumen budaya.

Kedua negara melakukan penandatanganan *Draft Agreement on Cultural Cooperation* per 28 November 2000 yang disahkan dalam PERPRES No. 92 Tahun 2007 yang merupakan bentuk kerja sama dalam ruang lingkup budaya (Dokumen Peraturan Presiden, 2007). Kerja sama tersebut terdiri atas bidang

kultur, kesenian, pendidikan dan sains, *sport* dan jurnalistik, serta media massa. Disamping itu, pada 18 Desember 2015 Indonesia dan Korea Selatan mengadakan *Joint Commission Meeting (JCM)* ke-2 dalam rangka memaksimalkan kerja sama pada bidang budaya. Kegiatan tersebut diselenggarakan di Seoul dengan hasil berupa kesepakatan untuk meningkatkan kerja sama pada sosial dan budaya.

Adapun implementasi transmisi kultural Indonesia di Korea Selatan digerakkan oleh KBRI terutama melalui *cultural exchange* yang telah dilaksanakan bahkan sebelum diadakannya JCM Ke-2 pada tahun 2015. KBRI Seoul telah memulai upaya untuk melakukan promosi dan penyebaran kebudayaan Indonesia sejak tahun 2009 dengan mengikuti *event* yang bertujuan untuk memperkenalkan budaya Indonesia seperti pameran kerajinan tangan, dan beragam kesenian asli Indonesia seperti alat musik gamelan, angklung, kerajinan dan kiran patung dari beragam daerah, dan kain batik. Dilansir melalui Portal Suara Pers KEMENLU Indonesia di Korea Selatan, pelaksanaan *Cultural Exchange* telah sering dilakukan dalam periode waktu 2013 hingga 2018 dengan serangkaian *event* pameran maupun pengadaan kelas-kelas kebudayaan Indonesia untuk memperkenalkan kepada khalayak luas terutama masyarakat Korea Selatan.

Pemerintah Indonesia terus melakukan upaya melalui berbagai jenis kegiatan yang kini tidak hanya dilakukan oleh pemerintah namun kelompok masyarakat dan media juga memiliki campur tangan. Hal ini yang merupakan bagian dari penelitian oleh penulis untuk melihat pelaksanaan *cultural exchange* budaya Indonesia di Korea Selatan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemikiran tersebut, pokok permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu, bagaimana penggunaan instrumen *cultural exchange* sebagai bagian dari diplomasi publik untuk sarana kerja sama budaya Indonesia di Korea Selatan?

## 1.3 Batasan Masalah

Bagaimana *cultural exchange* dapat digunakan sebagai bagian dari diplomasi publik untuk sarana kerja sama promosi kebudayaan Indonesia di Korea Selatan dalam periode waktu 2018-2020 karena dalam rentang waktu tersebut penulis ingin melihat bagaimana perkembangan dan kelanjutan dari pelaksanaan *cultural exchange* di Korea Selatan.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan program *cultural exchange* yang digunakan sebagai bagian dari diplomasi publik Indonesia untuk sarana kerja sama sekaligus promosi Kebudayaan Indonesia di Korea Selatan.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat dalam penambahan referensi dan keilmuan hubungan internasional mengenai pelaksanaan *cultural exchange* sebagai bagian dari diplomasi publik untuk sarana kerja sama kebudayaan suatu negara. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu pengambil kebijakan dalam pembentukan perencanaan dan strategi promosi kebudayaan untuk membangun citra positif dan meningkatkan kerja sama bagi suatu negara. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu akademisi dalam menambah referensi penelitian mengenai alasan suatu negara melakukan bentuk promosi kebudayaan melalui diplomasi publik.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Peneliti dalam menjabarkan penelitian ini dimulai dari penjelasan terkait pendahuluan yang akan dibahas, selanjutnya penulis menjelaskan terkait kajian pustaka dan metodologi penelitian yang digunakan sebelum lanjut untuk membahas isi ataupun pembahasan yang akan ditulis dalam penelitian ini.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

Peneliti mengacu pada dua penelitian terdahulu yang pertama ditulis pada tahun 2018 oleh Ni Luh Aulia Paqisa S, yang membahas tentang peran KBRI Seoul dalam promosi budaya dan pariwisata Indonesia di Korea Selatan pada tahun 2015-2017 dimana pada penelitian ini menjelaskan tentang upaya pemerintah Indonesia melalui KBRI Seoul dalam memperkenalkan kultur dan pariwisata melalui beragam upaya seperti menyediakan fasilitas pembelajaran bahasa Indonesia di institusi ternama di Korea Selatan, menjalin hubungan kerja sama pariwisata melalui penandatanganan MoU yang bertujuan untuk mengoptimalkan dan menyebarluaskan jumlah pelancong di masing-masing area wisata yang dimiliki oleh kedua negara, mengembangkan tiga sektor promosi pariwisata dalam bidang *food tourism*, *sport tourism*, dan wisata alam. Lalu dalam bidang penyebaran kultur Indonesia, pemerintah mengutamakan pengenalan karya seni Indonesia melalui pameran batik dan pagelaran tari tradisional serta membuka program kelas tari untuk warga Internasional yang tertarik. Peneliti menjadikan literatur ini untuk mempermudah dalam mengumpulkan data dalam periode tahun sebelumnya dan sekaligus sebagai pembanding bagi kinerja dan upaya dari pemerintah Indonesia.

Literatur kedua, ditulis pada tahun 2014 oleh Dafi Hifzillah yang membahas tentang peran *Hallyu* dalam hubungan bilateral Korea Selatan dan Indonesia, dimana *Hallyu* digunakan oleh pemerintah Korea Selatan sebagai alat untuk meningkatkan citra positif negaranya dan perkembangannya diterima dengan baik oleh masyarakat internasional terutama Indonesia. Hal tersebut menarik pemerintah Korea Selatan untuk giat melakukan kerja sama dalam segala jenis bidang dengan Indonesia. Untuk mengoptimalkan promosi penyebaran *Hallyu*, pemerintah Korea

Selatan mendirikan KTO (*Korean Tourism Organization*) dan KCC (*Korean Cultural Center*) di Jakarta yang ditujukan bagi masyarakat Indonesia yang tertarik dan ingin mengenal kultur Korea Selatan. Literatur ini digunakan sebagai referensi pembandingan untuk melihat bagaimana upaya dari pemerintah maupun non-pemerintah dalam memperkenalkan kebudayaan yang dimiliki oleh negaranya.

Untuk memperkuat penelitian, maka diperlukan konsep dan teori yang digunakan sebagai penunjang dalam penelitian tersebut. Penulis memakai beberapa landasan teori atau konsep. Dijelaskan sebagai berikut.

## 2.1 Kerjasama Bilateral

Kerjasama bilateral menjadi salah satu bagian terpenting dalam membentuk suatu hubungan dengan negara lain dalam rangka mencapai kepentingan yang menguntungkan dua belah pihak. Adapun pola dari kerjasama bilateral, yakni kebijakan dari negara yang memprakarsai, impresi reaksi oleh pencipta keputusan di negara akseptor, timbal balik atau reaksi negara akseptor keputusan, serta tanggapan pelopor keputusan negara pemrakarsa (Perwita dan Yani, 2005). Implementasi kerjasama bilateral membentuk kegiatan dalam berbagai bidang, meliputi politik, sosial dan budaya, lingkungan hidup, pertahanan dan keamanan (Perwita dan Yani, 2005). Hubungan ini melahirkan resiprositas, dalam penelitian ini disebutkan antara Indonesia dengan Korea Selatan.

Hubungan kerjasama bilateral yang dilakukan oleh suatu negara tentunya tidak bisa lepas dari kepentingan negara masing-masing. Adapun tujuan dari dilakukannya kerjasama bilateral antar dua negara yaitu untuk menciptakan perdamaian dan membangun kesejahteraan yang akan memperhatikan kerjasama dalam bidang politik, sosial, kebudayaan, dan struktur ekonomi sehingga akan menciptakan suatu hubungan yang baik bagi kedua negara tersebut.

## 2.2 Diplomasi Publik

Diplomasi publik tumbuh di era globalisasi memberikan dampak yang efektif dan efisien serta lebih fleksibel untuk dilakukan tanpa paksaan atau ancaman. Pelaksanaannya mengikutsertakan aktor dari berbagai kalangan, yakni aktor non-

pemerintah. Dalam pelaksanaannya, diplomasi digunakan dengan mengedepankan unsur peningkatan branding yang memiliki hubungan terkait kebudayaan suatu negara. Hal tersebut yang membentuk konsepsi politik luar negeri diterapkan melalui diplomasi publik, serupa dengan Indonesia yang melakukan promosi kebudayaan negaranya. Adapun tujuan dalam pelaksanaan diplomasi publik yaitu untuk menumbuhkan opini positif dalam kehidupan masyarakat di negara lain dengan melakukan interaksi dengan kelompok-kelompok kepentingan dimana pelaksanaannya dapat dilakukan melalui *government to people* dan *people to people relations* yang digunakan sebagai upaya mengoptimalkan elemen nonpemerintah dalam melaksanakan kegiatan diplomasi.

## 3. METODELOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif dari berbagai sumber seperti wawancara, pengamatan dan dokumen dari berbagai sumber. Lalu, untuk sumber data yang digunakan yaitu data sekunder yang diperoleh melalui buku-buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, berita daring dan dokumen-dokumen. Adapun tingkat analisis yang digunakan yaitu level analisis negara untuk melihat penggunaan diplomasi publik Indonesia melalui *cultural exchange* sebagai sarana kerjasama budaya di Korea Selatan dimana pada tingkat analisis ini, aktor seperti birokrat, kelompok kepentingan dan badan legislatif memiliki peran dalam penentuan kebijakan luar negeri (Rourke, dalam Olivia 2015). Terakhir, Penelitian ini menerapkan teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan, meliputi berbagai buku terkait, jurnal, dan dokumen. Dengan menggunakan metode ini, penulis dapat mencari artikel jurnal yang selaras dengan permasalahan yang akan diteliti yang disajikan secara naratif dan menampilkan tabel dan grafik sebagai data penunjang.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Kerjasama Bilateral Indonesia dan Korea Selatan: Respon Terhadap Fenomena *Hallyu* di Indonesia

tujuan suatu negara dalam melaksanakan kerjasama dengan negara lain, kerjasama bilateral dibentuk oleh dua

negara untuk memperkokoh kerja sama antara dua negara dan dapat memberikan hubungan timbal balik sehingga dapat mencapai tujuan nasional yang ingin dituju. Kerja sama bilateral sendiri telah dilakukan oleh berbagai negara di dunia termasuk Indonesia dan Korea Selatan yang telah memiliki hubungan baik sejak lama dan hingga kini konsisten dalam meningkatkan hubungan yang terjadi antara kedua negara tersebut.

#### 4.1.1 Kerjasama Bilateral Indonesia dan Korea Selatan

Hubungan Indonesia-Korea Selatan dalam **bidang Ekonomi** dilansir melalui portal KEMENLU dimana pada tahun 2017 kedua negara meningkatkan hubungan kerja sama menjadi *Special Strategic Partnership* untuk memperkuat hubungan bilateral dan membangun prioritas kerja dalam berbagai bidang. Adapun dalam bidang ekonomi yaitu; meningkatkan komunikasi strategis, memperluas hubungan dan investasi perdagangan serta memperluas penyebaran produk-produk seperti minyak sawit dan produk perikanan Indonesia ke Korea Selatan, pengembangan perusahaan Korea Selatan di Indonesia untuk mendukung infrastruktur dan pembangunan di beberapa daerah, dan bersamasama dalam memfasilitasi pembangunan seperti pariwisata, energi ramah lingkungan dan teknologi informasi. Selain itu, Indonesia dan Korea Selatan juga melakukan penandatanganan MoU yang dilakukan untuk merujuk kerja sama dalam bidang ekonomi. pada tahun 2017 pendapatan baik bagi Indonesia dan Korea Selatan terus mengalami peningkatan dan komposisi nilai perdagangan bilateral antara kedua negara mengalami surplus terutama bagi Indonesia (dilansir dari <https://kemlu.go.id/seoul/id>).

Dalam **bidang politik**, Indonesia dan Korea Selatan memiliki hubungan kerja sama yang cukup baik dalam bidang politik dilihat dari intensitas kunjungan dari kepala negara dan perdana menteri masing-masing negara seperti aktif dalam menghadiri ASEAN-ROK Commerative Summit dan kunjungan penting kenegaraan lainnya ([kemlu.go.id/seoul/id](http://kemlu.go.id/seoul/id)). Selain itu, kedua negara juga saling mendukung, menghormati dan memberikan bantuan terkait dalam ranah perpolitikan masing-masing negara. Hubungan bilateral

Indonesia dan Korea Selatan di **bidang sosial dan budaya** telah terjalin dan disahkan pada tanggal 28 november tahun 2000 untuk mempermudah akses dalam pelaksanaan hubungan kerja sama yang terjadi antara dua negara. Adapun dalam pelaksanaannya kerja sama budaya Indonesia di Korea Selatan dilakukan melalui pertukaran pelajar dan pemberian beasiswa, mengikuti *event* kebudayaan tahunan yang diadakan oleh pemerintah Korea Selatan, melakukan promosi pariwisata Indonesia melalui TV Nasional Korea Selatan dan mengadakan promosi *Wonderful Indonesia* dan Festival Kuliner Indonesia di salah satu acara festival Korea Selatan (The Jakarta Post, 2017).

#### 4.1.2 Respon Indonesia Terhadap Gelombang Korean Wave (Hallyu)

*Korean Wave* atau *Hallyu* telah menginjak pasar Indonesia sejak tahun 2002 melalui tayangan serial drama yang diterima dengan baik dan antusias oleh masyarakat Indonesia dan berkembang pesat hingga kini. Saat ini fenomena *Hallyu* telah tersebar luas kepada seluruh kalangan khususnya generasi muda. Selain mengikuti fashion and style tren ala-ala Korea Selatan, kini banyak lembaga-lembaga pendidikan dan universitas telah menyediakan wadah untuk mempelajari Bahasa Korea. Melihat fenomena *Hallyu* memiliki dampak yang cukup besar maka secara tidak langsung akan menarik investor dan perusahaan Korea Selatan untuk bekerja sama dengan perusahaan di Indonesia (Jurnal Studi Politik Global, 2019). Merujuk perkembangan *Hallyu*, pemerintah Indonesia tentunya menginginkan adanya hubungan timbal balik dengan adanya penerimaan kultur budaya Indonesia oleh masyarakat Korea Selatan, maka dari itu kedua negara n menandatangani MoU tentang kerja sama dalam bidang industri kreatif meliputi pengembangan dan promosi kerja sama antara Indonesia dan Korea Selatan khususnya dalam bidang musik, film, seni pertunjukan, dan bidang kebudayaan lainnya ([kemenparekraf.go.id](http://kemenparekraf.go.id)) yang secara tidak langsung dapat membantu Indonesia dalam mengembangkan potensi budaya yang dimiliki.

Pemerintah Korea Selatan sendiri tengah berupaya untuk mengajak masyarakatnya mengenal kebudayaan dan gaya hidup masyarakat Indonesia tercatat

hingga kini telah banyak masyarakat Korea Selatan yang tertarik dan mulai mempelajari Bahasa Indonesia (Kim Chang Beom, 2018). Indonesia dianggap memiliki kekuatan dan mampu meningkatkan industri kebudayaan Indonesia dengan menonjolkan beberapa budaya yang dimilikinya. Indonesia juga memiliki sumber daya manusia yang berbakat dan mampu melahirkan *boy/girl group* seperti halnya Korea Selatan (H.E Lee Hyuk, 2019), akan tetapi masih sedikit peran dari pemerintah untuk membantu dalam peningkatan budaya populer tersebut.

#### 4.2 Kebudayaan Indonesia Sebagai Instrumen Kerjasama

Keragaman yang terdapat di negara Indonesia merupakan kekayaan dan keindahan bagi bangsanya dan keanekaragaman yang dimiliki oleh bangsa Indonesia merupakan potensi yang cukup baik sebagai alat promosi oleh negara Indonesia agar mendapatkan citra yang baik dimata publik internasional. Melalui pelaksanaan diplomasi publik dengan kebudayaan Indonesia, maka terdapat beberapa konsep yang dapat diterapkan agar proses kerja sama dapat berjalan dengan baik, yakni melalui pelaksanaan **exhibition** digunakan untuk menampilkan budaya, karya kesenian Indonesia di Korea Selatan; **kompetisi** dimana pelaksanaannya dapat berupa pertandingan seperti *Asian Games* atau *Itaewon Global Festival* yang dimana Indonesia aktif berpartisipasi dalam acara tersebut; **negosiasi**, dapat dilakukan dengan penandatanganan MoU terkait kesepakatan kerja sama yang dilakukan oleh kedua negara; **pertukaran ahli/pelajar** pelaksanaannya dapat dilakukan dengan beasiswa dan memberikan wawasan terkait bahasa dan kebudayaan Indonesia. (Warsito & Kartikasari, 2007)

#### 4.3 Cultural Exchange Budaya Indonesia di Korea Selatan

Pelaksanaan pertukaran budaya Indonesia di Korea Selatan telah berlangsung sejak tahun 2009 melalui Rumah Budaya Indonesia yang digunakan sebagai tempat untuk memperkenalkan dan mengespresikan seni dan budaya Indonesia kepada masyarakat global, menjadi tempat untuk mempelajari kultural Indonesia kepada masyarakat dunia, dan

sebagai tempat untuk mengembangkan dan meningkatkan pesona kultural Indonesia dan mendapatkan pengakuan ekstensif pada kancah internasional (dilansir melalui [www.rumahbudayaindonesia.org](http://www.rumahbudayaindonesia.org))

Kegiatan yang dilakukan oleh Rumah Budaya Indonesia di Korea Selatan dilaksanakan secara berkesinambungan dengan kegiatan yang telah dirancang oleh KBRI di Seoul dengan mengadakan kelas dan pengenalan tari serta gamelan bagi masyarakat Korea Selatan yang ingin mempelajari budaya Indonesia ([kemlu.go.id/seoul/id](http://kemlu.go.id/seoul/id)). Tidak berhenti sampai disitu, pemerintah Indonesia terus melakukan upaya melalui pertukaran budaya untuk mempromosikan kebudayaan Indonesia di Korea Selatan dengan bantuan dari pemerintah Korea Selatan agar tetap dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat Korea Selatan.

##### 4.3.1 Promosi Budaya dengan Seoul Institute of Arts melalui Alat Musik Gamelan

Pemerintah Indonesia melalui KBRI Seoul bekerja sama dengan Seoul Institute of Arts sejak tahun 2018. Kerja sama tersebut menempatkan gamelan sebagai salah satu alat musik dengan citra etnik asing yang dilatih kepada mahasiswa. Dalam pelatihan tersebut, mahasiswa dikenalkan pada hal-hal dasar, seperti sejarah, macam, dan fungsi gamelan. Pelatihan ini sejalan dengan upaya KBRI Seoul dalam mengkampanyekan diplomasi publik terhadap kawula muda Korea Selatan agar lebih mengenal Indonesia sebagai asal dari alat musik gamelan tersebut. Selain untuk mahasiswa, kelas gamelan tersebut terbuka bagi masyarakat umum yang tertarik untuk mempelajari budaya Indonesia.

Antusiasme generasi muda di Korea Selatan terhadap alat musik gamelan dapat dilihat dengan adanya peningkatan peminat mahasiswa Korea Selatan yang mempelajari alat musik gamelan tersebut. Tercatat pada tahun 2018, ada 26 mahasiswa dari banyak jurusan di Departemen Musik yang mengikuti program tersebut (Berita Tempo, 2019).Gamelan merupakan salah satu alat musik global yang dipilih karena Indonesia merupakan mitra universal yang paling giat dalam melakukan kerja sama dengan Korea Selatan. Dengan adanya program dan kerja

sama antara KBRI Seoul dengan Seoul Institute of Arts ini maka semakin banyak masyarakat Korea Selatan yang memiliki minat dalam mempelajari seni dan budaya Indonesia (Artikel Siaran Pers KEMLU, 2019).

#### **4.3.2 Pertukaran Budaya melalui Studi Bahasa Indonesia**

Korea Selatan telah mengenal kebudayaan Indonesia sejak dibukanya kelas untuk program studi Bahasa Indonesia di Hankuk University of Foreign Studies (HUFS) pada tahun 1964. Setelahnya, dua universitas lain yaitu Busan University of Foreign Studies (BUFS) dan Yongsan University juga membuka studi Bahasa Indonesia ([kemlu.go.id](http://kemlu.go.id)). Perkembangan studi Bahasa Indonesia dapat dikatakan berjalan dengan baik karena ketiga universitas tersebut mampu menerima sekitar 150 mahasiswa baru dan meluluskan 100 mahasiswa tiap tahunnya. Minat masyarakat Korea Selatan dalam mempelajari Bahasa Indonesia terlihat dari partisipasi pelajar Korea Selatan dalam program Beasiswa Darmasiswa, dimana beasiswa Darmasiswa merupakan program beasiswa bagi mahasiswa asing dari negara-negara yang memiliki hubungan diplomatik dengan Indonesia, termasuk Korea Selatan untuk mempelajari bahasa Indonesia, seni dan budaya di beberapa universitas Indonesia. Tujuan dari dibentuknya program Darmasiswa sendiri adalah untuk mengupayakan pengenalan dan ketertarikan masyarakat global terhadap bahasa dan budaya Indonesia serta meningkatkan pemahaman tentang hubungan dan budaya antara negara Indonesia dan negara partisipan ([kemlu.go.id/seoul/id](http://kemlu.go.id/seoul/id)).

Tidak hanya melalui program beasiswa Darmasiswa, minat masyarakat Korea Selatan dalam menekuni bahasa dan budaya Indonesia dapat juga ditinjau melalui peningkatan partisipan dalam program pendidikan Bahasa Indonesia di BIPA (Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing). BIPA ialah studi keterampilan berbahasa Indonesia yang ditujukan kepada masyarakat asing yang ingin menekuni dan memperkenalkan bahasa Indonesia. Program BIPA sendiri memiliki tujuan untuk menumbuhkan persona positif negara Indonesia di dunia internasional untuk menjadikan Bahasa Indonesia

sebagai Bahasa Internasional penghubung antar bangsa dengan cara memperkenalkan budaya Indonesia kepada dunia internasional dan meningkatkan kerja sama dengan lembaga-lembaga pendidikan di beberapa negara ([kemdikbud.go.id](http://kemdikbud.go.id)).

Sebagai peningkatan penyebaran Bahasa dan budaya Indonesia di Korea Selatan, pemerintah Indonesia melakukan kolaborasi dengan HUFS untuk membuka kelas BIPA yang memfokuskan Bahasa Indonesia sebagai bentuk diplomasi budaya. Program BIPA yang dilaksanakan di Korea Selatan juga memberikan pengenalan terhadap Batik dan Gamelan. Kerja sama antara Indonesia dan Korea Selatan ini diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat Korea Selatan terhadap budaya Indonesia dan meningkatkan investasi perusahaan-perusahaan antar kedua negara ([kemlu.go.id/seoul/id](http://kemlu.go.id/seoul/id)).

#### **4.3.3 Event Festival Indonesia 2019**

Kedutaan Besar Republik Indonesia yang bekerja sama dan mendapatkan dukungan dari Pemerintah Metropolitan Seoul menyelenggarakan Festival Indonesia terbesar untuk pertama kalinya di Seoul dengan tajuk, "Indonesian Festival 2019" yang dilaksanakan pada tanggal 20 - 22 September 2019 di Cheonggye Plaza, Jantung kota Seoul. Acara Festival Indonesia 2019 ini memiliki empat program utama yaitu, pameran produk kreativitas Indonesia, penampilan dan workshops budaya, forum bisnis, dan lomba memasak. Pengunjung yang hadir memiliki kesempatan untuk mempelajari tari dan musik tradisional Indonesia seperti tari Saman, tari Jaranan, alat musik Gamelan, dan dangdut. Pada acara ini juga disuguhkan flashmob tari poco-poco, pertunjukkan tari reog ponorogo, lokakarya proses pembuatan batik dan fashion show batik, pengenalan tentang gebogan, dan pameran kerajinan Indonesia. Pelaksanaan Festival Indonesia 2019 selain bertujuan untuk mempromosikan kebudayaan Indonesia di Korea Selatan juga untuk meningkatkan kemitraan bilateral antara dua negara.

#### **4.3.4 Partisipasi Film Indonesia dalam Busan Film Festival**

*Busan International Film Festival* (BIFF) merupakan salah satu festival film terbesar di Asia yang telah dilaksanakan sejak tahun 1996. Pada mulanya, BIFF

digunakan untuk mempromosikan perfilman Korea Selatan ke pasar internasional, dimana acara ini mendapatkan perhatian dari *Hollywood* yang ingin menguatkan kerja sama dengan pasar Asia. Lalu kemudian BIFF menjadi pintu gerbang film lokal Korea Selatan dan negara-negara di Asia untuk mendapatkan distributor dari Hollywood. Indonesia telah mengikuti *Busan Film Festival* sejak tahun 2016 setelah meresmikan pembukaan Festival Film Korea-Indonesia di tahun 2015, Indonesia aktif berpartisipasi dalam mengirim karya anak bangsa ke dalam BIFF setiap tahun hingga pada tahun 2019, Indonesia kembali mengikuti festival tahunan *Busan International Film Festival* (BIFF) yang diselenggarakan di Heundae-gu pada tanggal 3 - 12 Oktober 2019. Adapun tujuan dari pemerintah melakukan promosi budaya dalam bentuk pengenalan film Indonesia ini yaitu untuk memberikan dampak positif bagi penonton dalam mengenal kebudayaan negara, mempelajari teknologi perfilman dan agar mampu meningkatkan standar perfilman Indonesia.

#### **4.4 Cultural Exchange Budaya Indonesia Melalui Media dan Aktor Non-Pemerintah Korea Selatan**

Pelaksanaan diplomasi publik suatu negara agar dapat terlaksana dengan maksimal tentunya dapat mengoptimalkan penggunaan media dan publik. Dalam melakukan promosi dan penyampaian informasi, tiap negara memiliki kebijakannya masing-masing begitupula dengan promosi kebudayaan yang dilakukan oleh negara Indonesia di Korea Selatan. Dalam hal ini, Indonesia membutuhkan engagement dengan media dan publik Korea Selatan seperti promosi melalui platform media massa, media elektronik, internet dan kelompok masyarakat yang berpengaruh seperti idol, aktor dan aktris Korea Selatan yang keterlibatannya akan memudahkan dalam penyampaian informasi kepada masyarakat Korea Selatan.

##### **4.4.1 Promosi Kultur Indonesia melalui siaran *KBS World***

KBS merupakan layanan publik paling utama bagi masyarakat Korea Selatan yang telah didirikan sejak tahun 1927 sebagai media penyiaran nasional

yang kemudian berkembang menjadi media paling terpercaya dan memiliki jaringan yang luas tidak hanya nasional namun juga di beberapa negara. KBS dalam penyajian siaran dilakukan secara universal melalui program-program yang memiliki kualitas produksi tinggi termasuk dalam memperkenalkan dan mempromosikan kebudayaan (*About KBS Introduction*). KBS World sendiri menyediakan siaran dengan beberapa bahasa seperti Bahasa Inggris, Bahasa Jepang, Bahasa Vietnam, Bahasa Arab, dan Bahasa Indonesia. Untuk mempromosikan pariwisata dan kultur budaya negara lain, KBS menyediakan suatu *variety show* yang dinamakan '*Battle Trip*' dan telah ditayangkan sedari 2016.

Indonesia merupakan salah satu negara yang menjadi pilihan dalam program tersebut. Pada tahun 2019, Yogyakarta dipilih karena memiliki keindahan dan potensi alam serta budaya yang beragam. Dengan mengunjungi dan menjelaskan beberapa tempat wisata dan kultur yang dapat di datangi dan di kunjungi seperti Candi Borobudur, Kopi Joss, Kampung Bule, Gumuk Pasir, Malioboro, dan Pantai Parangtritis episode *Battle Trip* Yogyakarta sukses memenangkan voting dan mampu memikat hati penonton karena keindahan dan keunikan destinasi serta budaya yang dimilikinya (IDN Times, 2019). Tahun 2020, Indonesia kembali dipilih dalam program *Battle Trip* dengan Jakarta dan Bogor yang dijadikan sebagai destinasi wisata. Anggota boygroup The Boyz, Hyunjae dan Haknyeon dalam episode *Battle Trip* Jakarta dan Bogor mengunjungi destinasi wisata utama seperti Taman Safari dan Taman Paralayang akan tetapi mereka lebih fokus untuk melakukan wisata kuliner khas Indonesia. Adapun pemilihan wisata kuliner karena Indonesia terkenal dengan cita rasa makanan yang khas dan unik. Kuliner Indonesia yang ditayangkan yaitu nasi goreng, tahu dan tempe, bakwan jagung dan ikan bakar berhasil menarik perhatian publik Korea Selatan hingga sempat menjadi *trending topic* di beberapa media sosial.

##### **4.4.2 Web Show NCT '*Halo! Indonesian School*'**

NCT adalah *boygroup* yang berada dibawah naungan *SM Entertainment* yang merupakan salah satu perusahaan hiburan nomor satu di Korea Selatan. *SM Entertainment* sendiri pada tahun 2019

menandatangani pokok perjanjian kerja sama (*Heads of Agreement*) sebagai tanda awal kerja sama strategis dalam bidang talent management, produksi konten, digital dan gaya hiburan dengan salah satu perusahaan media di Indonesia yaitu PT Trans Media Corpora (Trans Media). Adapun kerja sama yang dilaksanakan oleh kedua belah pihak bertujuan untuk mendukung pengembangan industri hiburan Indonesia dalam rangka mempromosikan kekayaan budaya Indonesia ke masyarakat Internasional dan mengembangkan potensi sumber daya manusia serta meningkatkan konten dengan kualitas internasional yang akan mendongkrak hiburan di tanah air Indonesia (Trans TV, 2019).

'*Halo! Indonesian School*' yang dimiliki oleh NCT ini ditayangkan melalui platform sosial media youtube. Adapun tayangan yang dipertunjukkan yaitu bagaimana para anggota NCT mempelajari sekaligus memperkenalkan tradisi dan budaya yang dimiliki oleh Indonesia dimana terdapat enam episode dan tiap-tiap episodanya memiliki satu topik mengenai kultur Indonesia yang harus dipelajari oleh anggota NCT seperti penggunaan bahasa Indonesia baik secara *formal* dan *informal*, pengenalan ciri khas sopan santun dan tata krama masyarakat Indonesia pada umumnya, mencoba makanan khas Indonesia yaitu Nasi Goreng dan Mie Goreng yang dianggap sebagai makanan *representative* negara Indonesia, hingga mencoba permainan gasing bambu yang merupakan permainan tradisional khas Jawa Tengah. '*Halo! Indonesian School*' menarik perhatian dan telah di tonton sebanyak kurang lebih 13 Juta viewers yang secara tidak langsung memberikan akses bagi publik terutama masyarakat Korea Selatan untuk lebih mudah mengenal dan mempelajari budaya Indonesia.

#### **4.4.3 Pengenalan Kultur dan Identitas Bangsa Indonesia Melalui Korean Vloggers**

Globalisasi membawa pengaruh kepada masyarakat Korea Selatan juga memiliki pandangan terbuka terhadap bahasa dan budaya Indonesia yang dapat dilihat dengan usaha mereka untuk belajar bahasa Indonesia dan kemauan dalam mempelajari budaya tradisional Indonesia yang kemudian di unggah kedalam vlog

akun youtube mereka. *Vloggers* Korea Selatan sendiri dianggap memiliki kemampuan yang baik dalam mempromosikan budaya Indonesia kepada publik luas terutama masyarakat Korea Selatan (Nurul Laili, Arcci Tusita & Sri Herminingrum: 2021). Budaya Indonesia yang ditonjolkan kedalam konten vlog mereka seperti kuliner khas Indonesia, mengenal bahasa daerah Indonesia, belajar proses pembuatan batik dan bagaimana sistem kehidupan masyarakat Indonesia. Bagi masyarakat Korea Selatan sendiri, kuliner Indonesia memiliki citra rasa yang unik dan memiliki cara tersendiri dalam setiap penyajiannya maka dari itu, semakin banyak masyarakat lokal Korea Selatan yang tertarik dan ingin mencoba kuliner khas Indonesia. Salah satu *vlogger* dengan *channel* Bandung Oppa juga mengaku kagum melihat bagaimana masyarakat Indonesia masih menjaga adat istiadat tiap daerah dimana dapat dilihat dari upacara pernikahan yang dinilai masih menjunjung nilai-nilai dan moralitas kehidupan masyarakat tanpa menghilangkan sedikitpun tradisi asli itu sendiri. Melalui konten yang ditampilkan oleh *vlogger* Korea Selatan tentang budaya Indonesia ini tentunya memberi dampak positif dalam promosi budaya Indonesia di Korea Selatan selain itu, hal ini juga dapat membentuk citra positif karena kedua *vlogger* ini menampilkan konten dengan baik.

Berdasarkan pengenalan kultural Indonesia yang dilakukan oleh para *vloggers* ini, selain tujuan mereka yang ingin memperkenalkan keragaman budaya yang dimiliki oleh bangsa Indonesia, mereka juga menarik audiens dari Indonesia untuk menjaga dan melestarikan kebudayaan yang dimiliki oleh bangsanya serta berbagi *experience* tentang kehidupan mereka sebagai warga Korea Selatan yang tinggal di Indonesia. Melalui interview yang dilakukan oleh The Jakarta Post (2019) dengan salah satu penggemar dari *vloggers* tersebut tentang bagaimana pendapat warga Korea Selatan tentang negara Indonesia, mereka memberikan jawaban yaitu Indonesia merupakan negara dengan keragaman kultur dan orang-orang Indonesia dapat menerima mereka dengan baik sehingga hal tersebut yang meyakinkan mereka untuk konsisten dalam memberikan konten tentang kultur yang dimiliki oleh bangsa Indonesia.



## 5. KESIMPULAN

Penelitian ini menggambarkan bahwa negara dapat menggunakan potensi budaya yang dimiliki sebagai bagian dari diplomasi publik untuk sarana promosi kebudayaan sekaligus membentuk yang baik negaranya kepada negara lain seperti yang dilakukan oleh Indonesia di Korea Selatan. Indonesia sendiri telah menggunakan metode kerja sama dengan pemerintah Korea Selatan serta nonpemerintah untuk mempromosikan kebudayaannya di Korea Selatan yang dapat dilihat dari bagaimana pemerintah Indonesia melalui KBRI Seoul aktif dalam melakukan promosi kultural Indonesia dengan mengadakan kelas dan mengadakan beberapa event. Tidak hanya melalui pemufakatan antar-pemerintah, pemerintah Indonesia juga mengupayakan penyebaran promosi kebudayaan Indonesia melalui aktor non-pemerintah Korea Selatan seperti media massa dan figur publik Korea Selatan yang memberikan peluang dan potensi besar agar budaya dan kultur Indonesia semakin dikenal oleh kalangan luas. Melihat hal tersebut adapun pelaksanaan promosi kebudayaan Indonesia melalui diplomasi publik dalam kurun waktu 2018 hingga 2020 tetap berlangsung secara berkesinambungan.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

Aldiana, Nessa. 2019. *Upaya Indonesia Dalam Meningkatkan Penyebaran Kebudayaan di Korea Selatan Pasca-Joint Commission Meeting 2015*

Aulia Paquisa S, Ni Luh. 2018. *Peran KBRI Seoul Dalam Promosi Budaya dan Pariwisata Indonesia di Korea Selatan, 2015-2017*. Diakses dari <https://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/jsdk/article/download/2592/2180>

Cahya, Putriana. 2019. 12 Destinasi Seru ala Member Seventeen di Yogyakarta. Diakses dari <https://www.idntimes.com/travel/destination/putriana-cahya/destinasi-seru-ala-member-seventeen-di-yogyakarta/1>

Fairuzia, Jihan. 2020. *Angka Pertukaran Pelajar Korea Selatan dan Indonesia Terus Meningkat*. Diakses dari

<https://www.liputan6.com/global/read/4155460/angka-pertukaran-pelajar-korea-selatan-dan-indonesia-terus-meningkat>

Festival Indonesia 2019 *Timetable*. Diakses dari [https://www.investindonesia.go.id/images/uploads/berita\\_acara\\_iipc\\_fi\\_leupload/1.jpeg](https://www.investindonesia.go.id/images/uploads/berita_acara_iipc_fi_leupload/1.jpeg)

Fitrisari, Indah., Erik Setiawan. 2020. *Strategi Humas Internasional KBRI Seoul dalam Mempromosikan Budaya Indonesia*. Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat Vol. 6, No.1.

Hifzillah, D. 2014. *Peran Hallyu Bagi Korea Selatan Dalam Hubungan Bilateral Korea Selatan – Indonesia*. Diakses dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/39299/3/Dafi%20Hifzillah-FISIP>

Holsti, KJ. 1988. *Politik Internasional Kerangka Untuk Analisis Edisi Keempat Jilid II*. Terjemahan M. Tahrir Azhari. Jakarta: Erlangga.

Iriye, Akira. 1997. *Cultural Internationalism and World Order*. New York: John Hopkins University Press

*Indonesia-Korea Selatan Selenggarakan Joint Commission Meeting untuk Lebih Perkokoh Kerjasama Bilateral*. Diakses dari <https://kemlu.go.id/seoul/id/berita-perwakilan/Pages/Indonesia--Korea-Selatan-Selenggarakan-Joint-Commission-Meeting-ke-2-untuk-Lebih-Perkokoh-Kerjasama-Bilateral>

Islamiyah, Annisa Nur., Nafila Maulina P, dan Ni Putu Dyana P. 2020. *Diplomasi Budaya Jepang dan Korea Selatan di Indonesia Tahun 2020: Studi Komparasi*

*Kolaborasi SM Entertainment Group dengan Trans Media Corp*. 2019. Diakses dari <https://www.transtv.co.id/corporate/press-release/97/sm-entertainment-group-dan-pt-trans-media-corpora-mengumumkan-dimulainya-kerjasama-strategis-dan-kolaborasi-artis->

- [perdana#:~:text=JAKARTA%2C%2021%20Februari%202019%20%2D%20SM,yang%20menandai%20di%20mulainya%20kerjasama%20strategis](#)
- KBS *Introduction*. Diakses dari <https://about.kbs.co.kr/eng/index.html?sname=kbs&stype=introduce#:~:text=Founded%20in%201927%20as%20Kyeongsong,heart%20of%20the%20Korean%20Wave>.
- Kementerian Luar Negeri Indonesia, Hubungan Bilateral 2019. Diakses dari <https://www.kemlu.go.id/seoul/id/Pages/HUBUNGAN-BILATERAL>
- Kementerian Luar Negeri Indonesia, Pekan Promosi Budaya Indonesia Di Korea Selatan 2019. Diakses dari <https://www.kemlu.go.id/seoul/id/arsip/siaran-pers/Pages/PekanPromosi-Budaya-Indonesia-Di-Korea-Selatan>
- Kemntrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2018. Kegiatan Pemasaran Pariwisata Indonesia Tahun 2018. Diakses dari [https://www.kemenparekraf.go.id/asset\\_admin/assets/uploads/media/pdf/media\\_1568260233\\_32\\_Festival\\_Kuliner\\_Indonesia-clear.pdf](https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1568260233_32_Festival_Kuliner_Indonesia-clear.pdf)
- Kemntrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Diakses dari [https://www.kemenparekraf.go.id/asset\\_admin/assets/uploads/media/old\\_all/MoU-Indonesia%20dgn%20Korea%20ttg%20Industri%20Kreatif.pdf](https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_all/MoU-Indonesia%20dgn%20Korea%20ttg%20Industri%20Kreatif.pdf)
- Leonardo. 2019. *Diplomasi Budaya Korea Selatan dan Implikasinya Terhadap Bilateral Korea Selatan – Indonesia*. Global Studies Journal. Diakses dari <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/gps/article/view/1997>
- Majie, Zhu. 2002. *Contemporary Culture and International Relations dalam Yu Xantian Cultural Impact on International Relations*. Washington D.C: Council for Research in Values and Philosophy
- Manyong. 2019. *KBS Battle Trip New Season*. Diakses dari <https://blog.naver.com/abundious/221705104182>
- Muthiariny, Dewi Elvia. 2019. *Indonesian Music Instrument Gamelan Gains Popularity in Korea*. Diakses dari <https://en.tempo.co/read/1185132/indonesian-music-instrument-gamelan-gains-popularity-in-korea>
- Olivia, Yessi. 2015. *Level Analisis Sistem dan Teori Hubungan Internasional*. Jurnal Hubungan Internasional 3 (2), 896-914.
- Pangestika, Dyaning. 2019. *Indonesia-loving, South Korean YouTube channel Reomit wins millions of hearts*, Diakses dari <https://www.thejakartapost.com/life/2019/09/24/indonesia-loving-south-korean-youtube-channel-reomit-wins-millions-of-hearts-subscribers.html>
- Peraturan Presiden Republik Indonesia. Diakses dari <https://peraturan.go.id/common/dokumen/ln/2007/ps92-2007.pdf>
- [Purwanto, Aqilah Ananda. 2019. Berkaca pada 'Korean Wave' untuk Promosi Budaya Indonesia. Diakses dari https://www.liputan6.com/global/read/4066068/berkaca-pada-korean-wave-untuk-promosi-budaya-indonesia](#)
- Republika. 2021. *KBRI Seoul dan Iwan Tirta Berkolaborasi*. Diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/grkzw489/demo-batik-kbri-seoul-dan-iwan-tirta-berkolaborasi>
- Roy, SL. 2001. *The Principle and Practice of Diplomacy*.
- Seung-Yoon, Yang. 2007. *Perjalanan Studi Bahasa Indonesia di Korea: Dahulu, Sekarang dan Mendatang*. Jurnal Humaniora vol.19 hal.175-184.
- Warsito, T., Kartika Sari. 2007. *Diplomasi Kebudayaan Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia*. Yogyakarta: Ombak.

Yi Whan-Woo. 2019. *Festival Indonesia Deepens Bilateral Ties*. Diakses dari [https://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2021/04/113\\_276367.html](https://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2021/04/113_276367.html)

Yuza, Bertha Pramesti. 2016. *Strategi Indonesia Menggunakan Rumah Budaya Sebagai Sarana Diplomasi Kebudayaan Terhadap Jerman*. JOM Fisip Vol.3 No.1